

СЕКЦИЯ

ИНФОКОМНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Руководитель – д.э.н., профессор **МАРТЫНОВ Л.М.**

АКТУАЛЬНОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЙ В ОБЛАСТИ ИНФОКОММУНИКАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Мартынов Л.М.

МГТУ им. Н.Э. Баумана, кафедра «Менеджмент»

Одной из наиболее ярких тенденций последних лет является конвергенция процессов развития связи и информатики, компьютеризации и информатизации, телекоммуникаций и программного обеспечения. Как подтверждают результаты современного научно-технического прогресса, это не просто «сближение» всех этих процессов, но также их взаимодействие и взаимопроникновение. Именно данная тенденция позволила ученым мира и нашей страны рассматривать такие процессы во всей их взаимосвязи и взаимообусловленности как *единый и целостный информационно-коммуникационный (инфокоммуникационный) или, кратко, инфокомный процесс*. Благодаря ему *инфокоммуникации* (ИК), то есть инфокоммуникационные системы, сети и средства с соответствующим программным обеспечением, все более широко применяются в предоставлении соответствующих услуг на основе использования новейших *инфокомных технологий* (ИКТ). В результате этого невиданное ранее развитие получает инфокомный сектор экономики.

Бурное развитие ИК и ИКТ, их возрастающее по своим масштабам использование во всех сферах жизнедеятельности людей оказывает определяющее влияние на технико-технологические, социально-культурные и экономико-управленческие аспекты развития общества. Все человечество идет по пути создания на нашей планете «Глобального информационного общества». Оно отличается рядом особенностей: его инфраструктурной базой является инфокомная основа, неограниченная в своем развитии системно-сетевая архитектура, сочетание глобализации инфокомных систем и сетей с миниатюризацией конечных терминалов пользователей, развитие мобильных ИК и ИКТ, широкое использование сети Интернет для коммуникаций.

В условиях глобализации экономики мы все являемся свидетелями *формирования и развития уникальной информационно-коммуникационной среды (ИКС)*, в которую вовлечены экономические агенты, предприятия, организации. В такой среде не менее плодотворными являются не только непосредственные личные контакты людей, но также *опосредованные коммуникации*, реализующие *телеобщение, телесодействие, телевзаимодействие*. Теперь стало возможным это осуществлять *в режиме реального времени*, так как применение ИК и ИКТ как бы сжимает континуум «пространство-время», что позволяет в основных и вспомогательных рабочих и управленческих процессах все смелее применять телетруд, телеработу, телеприсутствие, телеучастие, телеконсалтинг. При этом необходимо управлять и участниками всех этих процессов, причем, подобный режим телеуправления должен быть эффективным для достижения цели.

Такие современные условия требуют адекватного опосредованного управления организациями, предприятиями, их объединениями, особенно актуального для тех из них, чьи структурные подразделения географически рассредоточены и могут находиться даже в разных часовых поясах. Поэтому становится актуальным проведение исследований, целью которых является теоретико-методологическая и методическая проработка проблем *управления организациями в условиях формирующейся и развивающейся ИКС*. В соответствии с данной целью автором были начаты исследования следующих проблем, вопросов и подлежащие решению задач:

- определение основных предпосылок формирования и развития ИКС, ее основных характерных черт;
- определение особенностей и закономерностей развития рынка информационно-коммуникационных продукции, работ, услуг как экономической формы ИКС;
- системное представление ИКС как особого типа инфраструктуры современной экономики в условиях ее глобализации;
- анализ эмпирического базиса управления организациями в ИКС;
- разработка теоретических и методических основ управления организацией в ИКС;

- формирование системной концепции управления организацией в условиях ИКС;
- разработка методологических подходов, методического инструментария стратегического управления инновационным развитием организаций на основе использования ИК и ИКТ;
- разработка методологических основ организационного механизма управления в ИКС;
- постановка и решение практических задач применения разработанных подходов, методов и процедур для конкретных организаций.

Обобщение выполненных исследований, соответствующих принципов управления организациями в условиях ИКС позволило оформить его в концептуальной форме – в виде *инфокоммуникационного менеджмента* (ИКМ). Основная его суть в сжатом виде изложена в [1], более подробно – в монографии, изданной в прошлом году Информационно-Техническим Центром «Мобильные коммуникации». Этим же центром в 2004 году начато издание учебной Программы по элективной дисциплине «Инфоком-менеджмент», и автором подготовлен к изданию соответствующий «Курс лекций» по данной дисциплине.

Вместе с тем, целый ряд теоретических аспектов и вопросов практического применения ИКМ требуют дальнейших исследований, для чего необходимо объединение усилий научной общественности. Вот почему в рамках Российского НТОРЭС имени А.С. Попова в прошлом году была создана и в настоящее время *постоянно работает Секция «Инфокоммуникационный менеджмент»*. В состав ее Бюро входят видные ученые, доктора наук, профессора из ведущих НИИ и университетов ряда городов нашей страны (Москвы, Санкт-Петербурга, Владимира, Рязани и других городов). Спектр направлений намечаемой деятельности Бюро и всей Секции достаточно широк.

Из основных направлений работы этой Секции можно указать следующие. –

1. С учетом анализа результатов научно-технического развития ИК и ИКТ применительно к условиям современной ИКС продолжение исследований в области совершенствования и развития концепций:

- информационного менеджмента,
- коммуникационного менеджмента,
- инфоком-менеджмента,
- проведение дальнейших проработок концептуально-методических аспектов этих видов менеджмента.

2. Выполнение работ по анализу взаимосвязей всего комплекса основных принципов, методов, форм и средств управления в условиях ИКС..

3. Обобщение результатов исследований для разработки правил, процедур и рекомендаций по использованию соответствующего инструментария, механизмов для практического применения ИКМ в конкретных организациях и предприятиях.

4. Определение путей развития теории и практики менеджмента с учетом традиционных и новых специальных и прикладных видов менеджмента.

5. Определение возможных направлений перспективного развития менеджмента на основе широкого применения организационных и управленческих новшеств, новаций, нововведений на новой, в том числе инфокомной базе с учетом современной глобализации экономики.

6. Обоснование системно-сетевых подходов к разработке стратегий инновационного развития организаций в условиях ИКС.

7. Уточнение и развитие сущности, роли и значения «инфокомного вектора развития теории и практики менеджмента» на этапе становления информационного общества и новой сетевой экономики.

8. Рассмотрение проблем взаимодействия организаций с внешним ее окружением в ИКС в условиях их объединений.

9. Оптимизация путей практического применения синтеза психологических и инфокомных технологий для управления персоналом организаций в условиях телевзаимодействия, телепартнерства, телесотрудничества с учетом новых возможностей процессов кастомизации, аутсорсинга, даун-сайзинга, бенчмаркинга и других.

10. Исследование вопросов развития ИК, ИКТ, их применения в управлении, в менеджменте и их влияния на создание управленческих новшеств, новаций, технологий, а также – на повышение качества жизни населения.

11. Вопросы применения в менеджменте принципов внешнего дополнения, «рефрейминга», «прозрачных страт» и других с учетом специфики ИКС.

12. Анализ системы принципов ИКМ и исследование их взаимосвязей для учета этих результатов в практике ИКМ и при разработке стратегий развития организаций.

13. Развитие когнитивной составляющей инфокомного механизма на основе учета динамики матрицы «осознание-компетентность» («делать то, что знаешь»–«знаешь, что делаешь») [2], а также с учетом аспектов управления знаниями [3], креативного менеджмента [4], акмеологического менеджмента [5], формирования и развития инфокомной культуры [6; 7] и многих других вопросов применительно к условиям ИКС.

14. И, конечно же, - активное участие в мероприятиях, проводимых РНТОРЭС имени А.С. Попова, а также Отделением в России «Инжиниринг Менеджмент» IEEE (The Institute of Electrical and Electronics Engineers – Институт инженеров по электротехнике и электронике, ставший, фактически, международной научно-общественной организацией, завоевавшей высокий авторитет во всем мире и поддерживающей тесные связи с Российским НТОРЭС имени А.С. Попова) и указанной выше Секцией «Инфокоммуникационный менеджмент».

В заключение доклада, как руководитель данной секции приглашаю всех читателей, ученых, специалистов, менеджеров и всех, заинтересовавшихся рассматриваемой тематикой, проблемами, тенденциями, процессами развития теории и практики менеджмента на инфокомной основе, принять активное участия в работе этой секции.

Литература

1. Мартынов Л.М. Инфокомный менеджмент – управление организациями в инфокоммуникационной среде. – Мобильный Мир, 2004, №6\2003-1\2004, с. 26-30.
2. Баксанский О.Е., Кучер Е.Н. Когнитивная философия как методологическая рефлексия когнитивных наук. Статья (с.107-130) в книге: Синергетическая парадигма. Когнитивно-коммуникативные стратегии современного научного познания. – М.: Прогресс-Традиция, 2004. – 560 с.
3. Нонака Икуджиро, Такеучи Хиротака. Компания – создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах/Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. – 384 с.
4. Коротков Э.М. Концепция российского менеджмента. – М.: ООО Издательско-консалтинговое предприятие «ДеКА», 2004. – 896 с.
5. Мартынов Л.М. Акмеологический менеджмент актуален. – М.: ГУУ, Материалы международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы управления», 2002, Выпуск 2, с.177-181.
6. Мартынов Л.М. Развитие инфокоммуникаций и становление культуры творческого взаимодействия «сетевых работников». – М.: МТУСИ, Материалы Юбилейной научно-технической конференции, 2001, с. 198-201.
7. Мартынов Л.М. Развитие инфокоммуникаций и становление новой профессиональной культуры. – М.: РНТОРЭС имени А.С. Попова, Сборник докладов Научной Сессии, посвященной Дню Радио, 2001, с. 446-448.

URGENCY OF RESEARCHES IN AREA OF THE INFO-COMMUNICATION MANAGEMENT

Martynov L.

Questions of development of the info-communications, infocom-technologies, their influence on formation modern infocom-environment and a urgency of scientific generalization of problems of management by the organizations in such environment are considered; it is informed creation of Section " Info-com-munication management ".

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ СОЗДАНИЯ РЕСУРСА «ЗНАНИЕ» В ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЙ СРЕДЕ

Баранчев¹ В.П., Мартынов² Л.М.

- 1 - Государственный Университет Управления, каф. «Инновационный менеджмент»
- 2 –МВТУ им. Н.Э. Баумана, каф. «Менеджмент» (ИБМ-4)

Знание создается на основе информации в процессе разработки концепций, проектов и распространяется в форме информации. Поэтому информация и коммуникации, информационные и коммуникационные технологии вместе с инфокоммуникационными системами, сетями и средствами – это среда, инфраструктура знания. Развитие информационных, компьютерных, телекоммуникационных технологий с соответствующим программным обеспечением, т.е. инфокомных технологий (ИКТ), Интернета, виртуализации организационных структур и новой корпоративной культуры, то есть развитие инфокомной среды (ИКС) привели к тому, что с середины 90-х годов XX века предприятия ведущих отраслей в разных странах попали в новую конкурентную ситуацию, называемую *гиперконкуренцией*. Для нее характерны многоаспектность интересов конкурирующих сторон, динамизм развития инновационного бизнеса, высокая инновационная активность экономических агентов.

Перед фирменным менеджментом в условиях ИКС встают новые задачи, которые не могут быть выполнены с помощью известных классических методов управления. Предприятия должны понять природу движущих сил гиперконкуренции (они рассмотрены в докладе), чтобы выявить факторы успеха, определить и применять новые управленческие методы, использовать ресурс «знание».

В связи с гиперконкуренцией выделяют следующие *основные факторы*, дающие предприятию возможность гибко и адекватно реагировать на внезапные изменения в расстановке сил в условиях ИКС. – 1) *Непрерывное обновление потребностей, бизнес-идей, производственных процессов и товаров, которое позволяет создавать рамочные условия для объединения в общую сеть всех партн-ров, участвующих в процессе производства благ.* Это можно достичь в результате использования ИКТ, которые обеспечивают быстрый и простой обмен информацией и новыми идеями даже через границы государств. 2) *Создание коммуникационно-технологической инфраструктуры*, будь то сеть Интернет или обычная база данных предприятия. 3) *Правильная оценка временного параметра конкуренции.* Положение многих предприятий (особенно в компьютерной промышленности) определяется сейчас тем, что *новая продукция* поступает на рынок *не равномерно*, а через все более короткие промежутки времени. Готовность к такому «*инновационному давлению*» все чаще становится обязательным условием успеха в конкурентной борьбе. 4) *Создание стратегических альянсов*, которые позволяют полнее мобилизовать свои собственные силы и использовать эффект совместных действий с партнерами. 5) *Способность к гибкой адаптации* к быстро меняющейся рыночной ситуации. Особенно важна своевременная адаптация организационной структуры. Этого можно добиться, например, с помощью сетевых форм организации, ориентированных на общефирменный процесс создания благ, с помощью виртуализации. 6) *Развитие корпоративной культуры* - готовность сотрудников предприятия к постоянной адаптации коренится *в обновлении их культуры*, которая обнаруживается именно в ситуациях, когда стратегия быстро меняется, появляются новые партнеры, привлекаются новые поставщики. 7) *Развитие фирменного управления*, которое заключается прежде всего в осознании ведущего значения ресурса «*знание*» для достижения конкурентных преимуществ, необходимости внедрения «*управления знаниями*».

Таким образом, ИКС и знания, которые в ней содержатся, накапливаются, возникают, циркулируют и используются, благодаря применению инфокоммуникационных систем, сетей, средств и ИКТ, создают взаимосвязанную и взаимообусловленную целостность на единой инфокомной основе. Поэтому постановка проблемы развития этого целого и использования результатов данного развития являются актуальными для экономики, для управления, для менеджмента.

SOME QUESTIONS OF CREATION OF KNOWLEDGE IN THE INFO-COMMUNICATION ENVIRONMENT

Barancheev V., Martynov L.

In this report are considered questions of creation of knowledge in the info-communication environment.

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И АУТСОРСИНГ УСКОРЯЮТ ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ

Баранчев В.П., Клейменов Д.О.

Государственный Университет Управления

Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) качественно преобразовали все основные процессы: исследовательский, разрабатывающий, производственный, маркетинговый, логистический, торговый, сервисный, организационный и управленческий. Но главное – ИКТ придали динамику процессам и ускорение этих процессов. Рынок стал *глобальным и «гиперконкурентным»*, где самым действенным конкурентным преимуществом является инновационное преимущество и мгновенное выведение на рынок нового товара, его интенсивное обновление. И это привело к тому, что потребовалось резко ускорить инновационные процессы, резко повысить инновационную активность, сократить жизненные циклы создания продукта, в том числе фазу НИОКР, ускорить темпы вывода новых продуктов на рынок, не дожидаясь спада спроса, то есть используя явление «*каннибализма*» своих продуктов.

Руководители передовых компаний переосмыслили положение и подошли к выводу: (1) что одна компания не может быть *лидером* во многих бизнесах; (2) что все звенья цепочки ценности данного бизнеса, создающих добавленную стоимость для потребителя, не могут выполняться одной компанией самым лучшим образом и следует принять на вооружение стратегию «*ключевых компетенций*»; (3) что в целях ско-

рейшего создания конкурентных преимуществ следует искать и находить внешние источники способностей и ресурсов, то есть следует активно осваивать метод *аутсорсинга*; 4) что в долгосрочной перспективе следует развивать и менять свои внутренние источники способностей и ресурсов, то есть активно и в разумной мере использовать метод *инсорсинга*.

Таким образом, информационно-коммуникационная среда способствовала актуализации проблемы кооперации, и способствовала распространению прежде всего аутсорсинга. Однако, на пути эффективного освоения аутсорсинга как метода ускорения инновационного процесса, стоит ряд задач по разработке методического обеспечения.

Предстоит сформировать понятийный аппарат: уточнить понятия «аутсорсинга» и «инсорсинга», сформулировать понятие «ключевые компетенции», «инновационный процесс» и «инновационная активность», дать свое представление о «знаниях» и механизме «бенчмаркинга».

Разработать классификацию метода аутсорсинга. Поскольку практика накопила много подходов к аутсорсингу, необходимо разработать классификацию этого метода.

Измерение инновационной активности. Поскольку требуется измерять инновационную активность и компаний, и конкурентов, и поставщиков, и потребителей, то здесь имеются некоторые терминологические трудности, требуется построить шкалу оценки, раскрыть «Ромб оценки инновационной активности».

Механизм создания и передачи знаний. При выборе метода ускорения инновационного процесса большую роль играет знание, необходимо показать подходы к его поиску, созданию, приобретению и использованию.

Разработка механизма бенчмаркинга. Опыт – центральное звено в поиске лучших образцов исполнения отдельных бизнес-операций.

Эти и другие аспекты указанного методологического обеспечения рассматриваются в докладе с учетом влияния ИКТ и аутсорсинга на ускорение инновационных процессов в экономике и в менеджменте.

INFORMATION-COMMUNICATION TECHNOLOGIES AND AUTSORSING ACCELERATE INNOVATIONAL PROCESS

Baranchev V., Klejmenov D.

In the report questions of influence of info-communication technologies and outsorsing on modern acceleration of innovational processes in economy and in management are considered.

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ВИРУТАЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

¹Баранчев В.П., ²Мартынов Л.М., ³Степанов А.Е.

¹Государственный Университет Управления,

²Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана,

³НИИ экономики, организации производства и управления

Развитие глобальной экономики и появление компьютерных средств связи, охватывающих весь мир, создание и развитие информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) породили новые стратегии – динамические стратегии. Эти динамические стратегии призваны устранить недостатки, присущие традиционным вертикально-иерархическим структурам. В чистом виде выделяют три типа подобных стратегий: 1) внедрение рыночной логики в организацию, создание центров прибыли и «внутрифирменного рынка», что предопределяет мотивацию руководителей подразделений; 2) развитие программной логики, то есть программы внутрифирменного предпринимательства и создание бизнес-инкубаторов, что создает условия для мотивации специалистов-сотрудников; 3) развитие логики кооперации в рамках стратегических альянсов и виртуальных предприятий, что определяет мотивацию руководства предприятий. Наиболее перспективными кажутся виртуальные предприятия. Как отмечают специалисты [1], виртуальная организация базируется на ряде принципов. -

- Отказ от территориальной привязанности предприятия. Предприятие должно само должно сосредоточиться на ключевых компетенциях, остальное отдать через аутсорсинг, исполнителям разбросаным на разных территориях. Нельзя быть привязанным к постоянному составу работ, постоянному виду деятельности, постоянным функциям.

- Партнеры по производству совместного продукта существуют до тех пор, пока их поставки соответствуют стандартам качества и уровню технологичности. Нельзя быть привязанным к партнерам, на меняющим свое поведение в зависимости от внешних изменений.

- Предприятие должно иметь гибкую структуру, с максимальной эффективностью используя существующие и приобретаемые ресурсы. Нельзя быть привязанным к одной и той же структуре;

- В условиях быстрого развития технологий невыгодно вкладывать большие деньги в закупку оборудования, стационарных помещений, особенно, если неизвестно, какой объем продукции будет выпущен. Нельзя быть привязанным к мощностям, оборудованию, площадям.

- Желательно сокращение непроизводственных расходов, прежде всего связанных с управлением. Нельзя быть привязанными к одним и тем же расходам, надо их регулярно пересматривать.

Виртуальное предприятие определяется как структура, ориентированная на выпуск конкретного продукта, на конкретный бизнес-процесс и создаваемое лишь на период изготовления продукта и ведения бизнес-процесса путем объединения ресурсов и бизнес-операций, предоставляемых другими субъектами на договорных условиях и заранее определенном объеме и на фиксированное время.

В докладе подробно рассматривается то, что виртуальное предприятие создается и существует исключительно благодаря информационно-коммуникационной среде. В докладе также выделены две основные области воздействия ИКТ на процесс виртуализации структур предприятий, которые подлежат исследованию: 1) усиление горизонтальной составляющей в структурах; 2) создание условий передачи знаний.

Литература

1. Мейтус В., Виртуализация производства. Проблемы теории и практики управления, 2004, № 1 с. 91-95.

INFO-COMMUNICATION MAKING THE VIRTUAL ORGANIZATIONS

Barancheev V., Martynov L., Stepanov A.

In the report the info-communication aspects influencing features and principles of creation and functioning of the virtual enterprises are considered.



МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАТИЗАЦИИ

Васильев В.В.

МТУСИ, кафедра «Экономика связи»

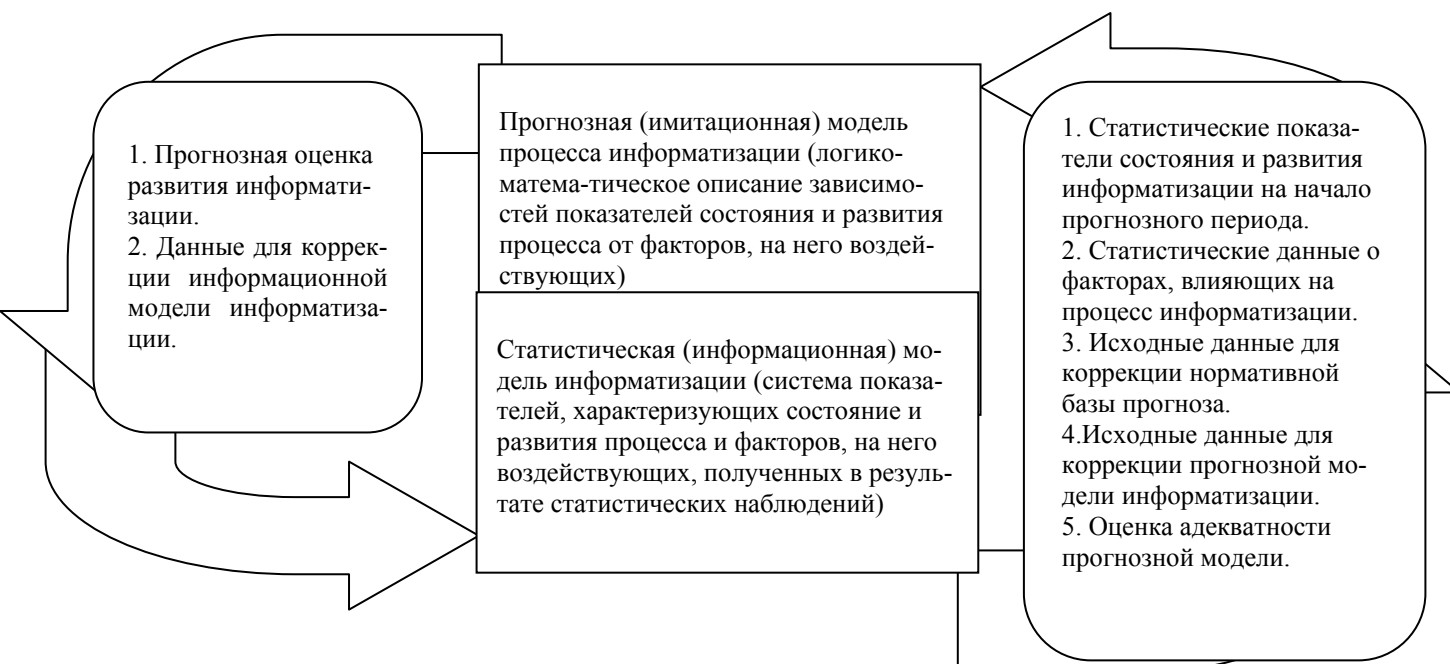


Рис. 1.

Развитие национальных экономик все в большей мере связано с информатизацией, а в конечном итоге с процессом продвижения стран к информационному обществу.

Прогнозирование развития информатизации – это определение возможных состояний данного процесса в будущем. Состояние информатизации отображается системой показателей, состав которых задан принятой информационной моделью этого процесса. Возможные значения любого показателя этой модели определяются «границей», то есть граничными значениями, за пределы которых показатель не выйдет с заданной вероятностью при некоторых предположениях о состоянии внешней среды, в которой процесс развивается (например, отсутствие экономических, социальных и политических катаклизмов). Полученные в результате прогнозирования граничные значения возможных состояний процесса информатизации называют прогнозом.

Кроме показателей, отображающих состояние информатизации, прогноз должен содержать описание их связей с факторами управления, на них влияющих. Эта совокупность данных дает возможность управляющим органам выбрать удовлетворительное или оптимальное управленческое решение.

Методологической основой процесса прогнозирования информатизации является использование следующих моделей: прогнозной (имитационной) модели процесса информатизации и статистической (информационной) модели информатизации (рис.1).

Модели процесса прогнозирования информатизации взаимосвязаны и представляют собой системный аппарат прогнозирования.

METHODOLOGICAL ASPECTS OF FORECASTING OF DEVELOPMENT OF INFORMATION

Vasil'ev V.

In the report it is informed methodological aspects of forecasting of development of information.

ИНФОКОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ

Зараковский Г.М.

Всероссийский научно-исследовательский институт технической эстетики

Среди четырех стратегических целей развития страны Президентом России и Правительством первым названо улучшение качества жизни (КЖ) всех слоев населения. Ряд показателей КЖ уже приняты в качестве индикаторов успешности работы министерств. На критерии КЖ следует ориентироваться и в области инфокоммуникационного менеджмента. В проекте Доктрины государственного регулирования качества жизни

населения России, разработанном ВНИИТЭ, под КЖ понимается обобщенное свойство жизни, которое определяется жизненным потенциалом общества, входящих в него социальных групп, отдельных граждан и соответствием характеристик процессов, средств, условий и результатов их жизнедеятельности социально позитивным потребностям, ценностям и целям. Проявляется качество жизни в субъективной удовлетворенности людей самими собой и своей жизнью, а также в объективных характеристиках, свойственных человеческой жизни как биологическому, психическому (духовному) и социальному явлению. К числу основных потребностей людей относится потребность в обмене информацией (знаниями). Современные инфокоммуникационные технологии создают условия для все большего удовлетворения этой потребности. При определении направлений и приоритетов дальнейшего развития этих технологий полезно знать данные социологических опросов. Экспертной и исследовательской группами Фонда «Социальная инноватика» в конце 2002 - начале 2003 годов обследовано около 600000 россиян. На вопрос «Как Вы оцениваете условия для удовлетворения потребности в производстве, передаче и обмене информацией?» ответили «хорошо» 19,1%, «удовлетворительно» - 43,3%, «плохо» - 36,8%. С чем связана такая невысокая удовлетворенность, можно судить по результатам опроса 2107 человек в разных регионах России, проведенного в первой половине 2004 года Аналитическим центром Юрия Левады. На вопрос «Есть ли у Вас лично мобильный сотовый телефон?» ответили «да» - 23%, «нет» - 76%. На вопрос «Пользуетесь ли Вы лично персональным компьютером?» ответили «никогда не пользуюсь» - 78%. На вопрос «Пользуетесь ли Вы лично дома, на работе, в любых других местах сетью «Интер-нет» (кроме электронной почты)?» ответили «никогда не пользуюсь» 89%.

Как известно, технические и технологические достижения нейтральны по отношению к таким категориям как мораль, польза-вред и т. п. Поэтому следует обратить внимание на то, что КЖ определяется по отношению к **социально позитивным** потребностям, ценностям и целям. И акции менеджмента должны быть направлены, с одной стороны, на удовлетворение позитивных потребностей, а с другой стороны, - на блокирование удовлетворения социально негативных потребностей. Проявлением таких потребностей является, в частности, спам в сети, подслушивание разговоров, целенаправленное искажение информации, которой обмениваются конкуренты. Помимо потребностей и интересов, субъективно выражаемых населением в целом или отдельными социальными группами, существуют объективные потребности общества. Именно ими необходимо руководствоваться при определении приоритетных направлений развития инфокоммуникационных технологий. К таковым в настоящее время, в первую очередь, относят сферу образования. Здесь по отношению к целевому критерию - улучшение КЖ населения России важнейшими задачами являются создание технических условий для дистанционного обучения, охватывающего все основные населенные пункты страны, причем с выходом на международный уровень. Последнее требование подробно раскрыто на Международной конференции «EVA 2004 Москва» на тему «Информация для всех: культура и технологии информационного общества» (декабрь 2004 г.). Таким образом, в арсенале инфокоммуникационного менеджмента должны присутствовать не только технико-информационные критерии, но и критерии качества жизни населения. Проект стандартной общероссийской номенклатуры показателей качества жизни подготовлен ВНИИТЭ.

INFO-COMMUNICATION MANAGEMENT AND QUALITY OF LIFE OF THE POPULATION OF RUSSIA

Zarakovsky G.

Necessity of orientation infocom-management on improvement of quality of life of all layers of the population of Russia is proved. The essence of this position is opened.

ИДЕНТИФИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССАМИ В ИНФОКОММУНИКАЦИОННОЙ СРЕДЕ

Зелевич Е.П.

Московский технический университет связи и информатики
111024, Москва, Авиамоторная, 8а

Технология идентификаторов является проявлением глобальной тенденции взаимовлияния и взаимопроникновения процессов развития связи и информатики, представляющих, тем самым, единый инфокоммуникационный процесс. Широкое внедрение технологии идентификаторов хорошо вписывается в принципы предвидения самых разнообразных и актуальных инноваций.

Развитие технологий идентификаторов отражает не просто совершенствование «бесбумажной» технологии, а является частью глобальной тенденции полного перехода на использование «электронных

денег”. Таким образом представляется, что технологии идентификаторов станут неотъемлемой частью “электронного” общества ближайшего будущего.

Интеллектуальные карты нового поколения позволят внедрить принципиально новую систему взаиморасчетов и оплаты услуг, позволяющую не только осуществлять расчеты между пользователем и финансовым институтом, но и между физическими лицами.

Внедрение таких идентификаторов будет адекватно новой фазе развития информатизации общества, предполагающей упрощение процедуры доступа пользователя к мировым информационным ресурсам и инфотелекоммуникационной структуре по интерактивным каналам связи.

Широкое использование возможностей современных идентификаторов диктуется основными тенденциями эволюции инфокоммуникационных технологий в целом, и, в частности, направлений гармонизации их с учетом конвергенции связи и информатики. При этом в технологиях идентификаторов проявляется тенденция компактного накопления и последующего использования информации для реализации возможностей личности.

По своей актуальности и значимости идентификаторы играют ведущую роль в сфере предоставления современных услуг, сочетая в себе компактный носитель информации и возможности современных средств связи. Гибкость, оперативность предоставления с их помощью соответствующих услуг в сочетании с ярко выраженными удобствами пользования обеспечивают перспективность их использования в ближайшем будущем.

Применительно к индустрии инфотелекоммуникации можно отметить следующее. Идентификаторы удобны не только клиенту как пользователю услуг связи, но являются примером взаимодействия абонента с системой, когда он включается в технологический процесс предоставления услуги связи, определяя ее вид и форму оплаты. В процессе такого взаимодействия с системой клиент становится источником персональной информации, активизирующим конвейер технологии предоставления данной услуги в инфокоммуникационной среде.

IDENTIFICATION TECHNOLOGY AS MEANS OF TELECOMMUNICATION PROCESS MANAGEMENT

Zelevitch E.

Moscow Technical University of Communication and Informatics
111024, Russian Federation, Moscow, Aviamotornaya st., 8a

Modern identification documents illustrates new phase of informatics and communication convergence. Its important that they will open the era of crossbilling between private persons. Identification technology realize the possibility of telecommunication process management. Perspective types of intellectual identifiers realize simple procedure of access to the world information resources.

ИНФОКОММУНИКАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬЮ НА СУДОСТРОИТЕЛЬНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Коваленко Е.В.

Санкт-Петербургский Государственный Морской Технический Университет

По мере становления экономики на новую рыночную основу возрастает роль информации как ресурса производства по сравнению с финансами, трудом и временем. Более того, информация является связующим звеном для последних.

Очевидно, что ресурсная эффективность является важнейшим фактором конкурентной борьбы и значительно влияет на судьбу предприятия. Это положение является более чем актуальным для ресурсоемкого судостроительного производства.

На сегодняшний день инфокоммуникационная система управления на судостроительных предприятиях функционируют крайне слабо. Одна из основных тому причин – рыночные реформы 90-х гг., уничтожившие централизованное управление промышленностью, а вместе с ним – и централизованную информационную систему.

Одним из важнейших показателей, наглядно иллюстрирующих использование информационного ресурса при плановой и рыночной экономических системах, является производительность труда, которая в условиях судостроения выступает в более удобной форме – трудоемкости постройки судна. Технологическая трудоемкость (величина, обратная производительности) – это затраты основных производственных рабочих на производство продукции, измеряемой в судостроении в нормо-часах на 1 компенсированную тонну.

По результатам проведенного анализа динамики производительности труда за последние 10 лет на одном из ведущих судостроительных предприятий Северо-Запада ФГУП «Адмиралтейские Верфи» [4] прихо-

дится констатировать, что с переходом к новой рыночной системе информационный ресурс пострадал больше остальных:

- была утрачена методическая база и нормативные базы, на основании которых осуществлялось управление производительностью;
- прекратилась централизованная аналитическая обработка не только внешней, но и внутренней по отношению к предприятию технико-экономической информации; предприятие получает разрозненные данные, которые лишь частично учитываются его подразделениями;
- горизонтальные и вертикальные связи в системе управления производительностью оказались оборванными (на предприятии нет органа, который бы полностью координировал этот вопрос, и подразделения, работа которых имеет отношение к величине трудоемкости, слабо взаимодействуют между собой);
- более того, информация заметно потеряла в своих потребительских качествах (репрезентативность, содержательность, достаточность, актуальностью, доступность, своевременность, точность, достоверность) преимущественно из-за того, что ее значительную часть получают неформальным путем и доступна она (по своему содержанию или времени появления) отдельным лицам организации.

В системе плановой экономики вопрос об управлении производительностью на внутривзаводском уровне сводился только к выполнению заданий, устанавливавшихся государственными органами. При таком подходе на предприятие нисходили 3 канала управления, по каждому из которых поступала информация, касающаяся величины трудоемкости:

- Госплан утверждал нормативные документы, устанавливал жесткие границы технико-экономических характеристик новых проектов и планов производства. Эту информационную линию на предприятии воспринимал планово-экономический отдел, который отработал свои методы противодействия плановому давлению (главным образом за счет пересмотра цен и дополнительных заказов);

- Госкомтруд проводил директивы на экономию фонда заработной платы, посредством нормативов, тарифов, квалификационных справочников и т.д. «Ответной» частью этой вертикали на предприятии был отдел труда и заработной платы, который через свои службы контролировал напряженность норм, их выполнение и уровень заработной платы. Надо отметить, что трудовая и плановая экономические вертикали слабо взаимодействовали между собой;

- Наконец, работа по повышению производительности труда имела несколько менее ярко выраженных вертикалей, не имевших четкого центра и замыкавшихся, как правило, на функциональных управлениях отраслевых министерств. Тем не менее, именно эти вертикали имели наиболее развитую инфраструктуру на заводском уровне (технические службы) и стабильное финансирование.

В начале 90-х годов специалисты-реформаторы настояли на том, что подобная централизованная система управления производительностью не нужна, ее величина должна регулироваться рыночным механизмом: конъюнктура на рынке будет подталкивать отечественные судостроительные предприятия к работе в направлении снижения трудоемкости, без этого они не смогут быть конкурентоспособными.

Однако подведение итогов работы за последние 10 лет ФГУП «Адмиралтейские Верфи» показывает, что эти надежды не оправдались. Несмотря на периодические всплески производительности (данные по танкерам-нефтевозам с 1993 по 2003 гг.), все же наблюдается ярко выраженная тенденция ее снижения [2, 4].

Сейчас менеджеры предприятия признают, что плановая система управления производительностью, несмотря на ее недостатки (слабая координация между государственными органами, директивы не всегда учитывали ресурсные возможности и резервы предприятий) не была лишена и достоинств: во всяком случае, обозначенная задача, имеющая для предприятия важнейшее значение, решалась на стратегическом уровне.

Незавидное положение отечественных судостроительных предприятий на мировом судостроительном рынке, превышение ими величины трудоемкости в сравнении с немецкими верфями в 2,5-3 раза, а с японскими – в 5-6 раз [2] привели к необходимости решать проблему собственными силами, причем преимущественно за счет организационных мер и с относительно малыми затратами. Вложения больших инвестиций в развитие производства приобретут смысл только после того, как будут раскрыты и задействованы все резервы повышения производительности за счет организационных мер и рационального использования имеющихся ресурсов, в первую очередь информационных. Опираясь на отчетные данные ФГУП «Адмиралтейские верфи» и данные по немецким и японским верфям можно утверждать, что подобный резерв составляет около 30%, что достаточно весомо.

В качестве решения изложенной задачи можно предложить введение в организационную структуру предприятия нового межфункционального органа, который бы координировал обозначенный вопрос на стратегическом уровне.

Для начала необходимо сформулировать принципиальные требования, которым должна отвечать искомая система. Их можно назвать п р и н ц и п а м и построения инфокоммуникационной подсистемы управления производительностью труда, к которым можно отнести:

1. **Замкнутость.** Система должна быть полностью внутривзаводской, самодостаточной, опираться на собственные ресурсы и управляться администрацией предприятия. Должно быть обеспечено ус-

тойчивое функционирование системы без внешнего дополнения; в то же время при благоприятных условиях отдельные элементы такого дополнения могут использоваться.

2. Информационная достаточность. Данное требование двуедино: система должна функционировать без притока информации извне, но в то же время иметь возможность максимального использования любой внешней информации независимо от ее формы и метода получения, располагая возможностями для ее обработки и анализа.

3. Сквозной характер – охват всех уровней управления от верхи в целом до рабочего места на единой методической, нормативной информационной базе. Возможность предоставления любой информации для других подсистем, исключая необходимость создания ими параллельных и дублирующих потоков информации.

4. Непротиворечивость – отсутствие разрывов в показателях между смежными уровнями управления, в том числе сознательного искажения их в интересах одного из уровней.

5. Оптимизационный потенциал – возможность выбора оптимального на текущий момент соотношения между техническими, организационными, экономическими и административными методами повышения производительности труда и снижения трудоемкости.

6. Сбалансированность между целями разных уровней – конкурентоспособность предприятия – трудоемкость судна – трудоемкость планово-учетных единиц – нормы времени и выработки; сводимость низших целей к высшим.

7. Устойчивость к сопротивлению и достаточный запас возможностей подавления такового, вызываемого стремлением к сохранению низкого уровня интенсивности труда, боязнью перемен, обесценивающих квалификацию и опыт и т.д.

8. Рациональная цикличность контроля и пересмотра стратегии, кратная циклу постройки судов.

9. Преемственность – максимальное сохранение и адаптация действующих структур и методов управления, минимизирующая объем структурных реформ, замены и переподготовки кадров, разработки нормативных материалов и т.д.

Ниже в общем виде предложена инфокоммуникационная схема взаимодействия новой организационной структуры с подразделениями предприятия, которая может лечь в основу подсистемы управления производительностью труда на судостроительном предприятии.

Предложенная подсистема управления производительностью предполагается двухступенчатой. В такую структуру могут войти, точнее быть подключены к ней, все те существующие подразделения аппарата управления, которые в прежней системе управления играли роль «ответной части» по отношению к внешней системе стратегического управления. Поскольку их функции не исчерпываются только задачами управления производительностью, то и новый формируемый орган выступает по отношению к ним, в первую очередь, как замена утраченных внешних органов стратегического управления. Таким образом, отсутствует тождество интересов между звеньями двух ступеней. Службы более не устанавливают сами себе цели и задачи и сами себя не контролируют. Более того, в структуру системы на нижней ступени органически вписываются и подразделения, ранее отделенные от управления производительностью, пусть даже эта проблема и составляет относительно небольшую часть их функциональных обязанностей.

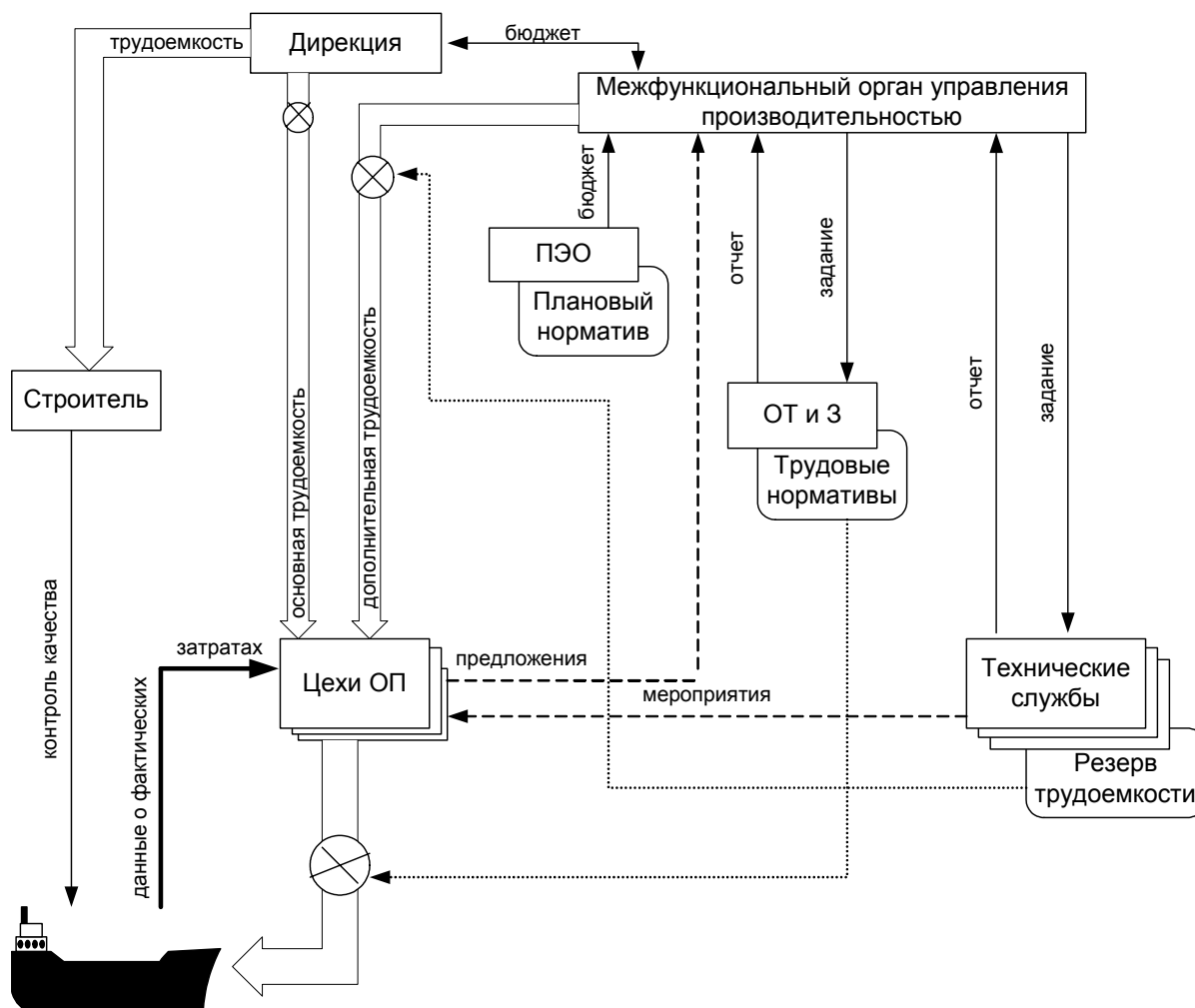


Рис. 1. Инфокоммуникационная схема взаимодействия межфункционального органа с подразделениями судостроительного предприятия

За верхней ступенью целесообразно закрепить функции целеполагания, аудита, контроля и методические вопросы формирования нормативной базы.

За нижней закрепляются функции бюджетирования, учета, формирования и корректировки нормативной базы, инновационных проектов, оперативного нормирования и стимулирования.

Что касается состава межфункционального органа, то это могут быть специалисты разного ранга и разных подразделений, но имеющие отношение к проблеме снижения трудоемкости.

В таком организационном подразделении можно создать все условия для разработки мероприятий по организационному совершенствованию производственного процесса, поскольку, как показывает анализ, именно такие меры необходимы для судостроительного предприятия на текущем этапе.

Контроль за уровнем трудоемкости – не единственная составляющая достижения конкурентоспособной позиции на рынке, но она одна из основополагающих. Именно за счет невысокой трудоемкости (уровня хотя бы немецких верфей) можно сократить цикл постройки судна, напрямую определяющий цену, по которой заказчик согласен купить это судно у строителя.

Решение обозначенной задачи практически полностью зависит от самого предприятия, и его реализация в достаточно большой мере определит позицию предприятия на рынке в будущем.

Литература

1. Александров В.Л., Перельгин А.В., Соколов В.Ф. Судостроительное предприятие в условиях рынка - СПб: «Судостроение», 2003 – 423с.
2. Логачев С.И., Чугунов В.В. Мировое судостроение: современное состояние и перспективы развития - СПб: «Судостроение», 2000 – 312с.
3. Романенко А. Мировой танкерный флот: состояние, тенденции //Морская биржа, 2003 - №3 – с.6-11

4. Перельгин А.В. Управление производительностью труда на судостроительном предприятии – Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук, СПбГМТУ, 2004.

INFO - COMMUNICATION MODEL OF MANAGEMENT OF PRODUCTIVITY AT SHIP-BUILDING ENTERPRISE

Kovalenko E.

In the report the two-level info-communication model of management by productivity at the ship-building enterprise is considered.

РОЛЬ ИНФОКОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

¹Кузовкова Т.А., ²Васильев В.В.

¹МТУСИ

²ЗАО «Голден-Лайн»

Радикальные изменения мира, качественный сдвиг в самих основах миропонимания и общей цивилизации обуславливают необходимость объяснения природы этих сдвигов и выявления принципиальных различий индустриальной и информационной экономики.

Проведенный авторами анализ стадий развития экономики, технологических укладов, типов общества, трансформации факторов общественного производства и международного разделения труда, а также предпосылок становления информационного общества позволил установить причины и факторы перехода от индустриальной к информационной экономике. К ним относятся:

- становление экономики знаний, технологической интеграции и инжиниринга с доминированием информационных и интеллектуальных ресурсов в совокупности производственных ресурсов;
- информационно-коммуникационная революция, выражающаяся в создании сверхскоростных транспортных и коммуникационных средств, мобильных терминалов и интеллектуальных платформ;
- глобализация инфраструктуры мировой экономики и социума на основе инфокоммуникационных технологий (ИКТ) и сетевых структур.

Роль ИКТ в современном обществе заключается в том, что они позволяют превратить знания в результате обработки и передачи информации в технологическую основу и ключевой фактор производства товаров и услуг. Размах разработок и проникновения ИКТ во все сферы производства и социальной жизни общества свидетельствует о переходе этой деятельности на индустриальную (промышленную) основу информатизации, тем самым формируя «информационную экономику» которая является экономическим базисом информационного общества.

Под информационной экономикой мы понимаем совокупность производственно-хозяйственных отношений информационно-коммуникационного характера на рынке товаров, услуг, капитала и труда.

С целью эффективного развития инфокоммуникационной индустрии информатизации необходима разработка методологического обеспечения мониторинга оценки состояния и развития ИКТ, измерения эффективности производства и бизнеса на основе ИКТ, а также механизма совершенствования менеджмента с помощью инфокоммуникационных технологий.

ROLE OF INFO - COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN FORMATION OF INFORMATION ECONOMY

Kuzovkova T., Vasil'ev V.

In article the important role of info-communication technologies in formation of information economy is reflected.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОЧТОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ЭЛЕМЕНТ ИНФОКОММУНИКАЦИОННОЙ СРЕДЫ

Лобзов А.В.

Московский технический университет связи и информатики.
111024, Россия, Москва, Авиамоторная, 8а.

Совсем недавно новейшей инновационной технологией считалась такая технология как электронная почта. Характерной особенностью данной технологии явился переход от способа доставки физических объектов к передаче электрических сигналов. Этот переход ознаменовал перевод технологических процессов пересылки почтовых отправлений (ПО), связанных с обработкой сопроводительных документов, из традиционной сферы в телекоммуникационную среду.

На фоне развития телефонной связи и сети Интернет востребованность обмена традиционными письмами снижается. В быстро меняющемся современном мире становится все более ценна интерактивность общения (в том числе – в ходе управленческих взаимодействий). Вместе с тем востребована доставка ПО в системе защищенной от злоумышленных воздействий. Объектом доставки становятся оригиналы документов. Таким требованиям удовлетворяет система доставки с применением радиочастотной идентификации ПО. Характерной особенностью такой системы является обязательное наличие сопровождающего информационного потока, передаваемого по инфокоммуникационной среде. Отличительной особенностью маршрутизации этого потока является его наложение на поток ПО в узловых предприятиях почтовой связи, а так же в отделениях доставки и вручения.

Инновационной возможностью, предоставляемой инфокоммуникационной средой, является непосредственный контроль отправителя за прохождением ПО по сети почтовой связи через Интернет. При этом отпадает необходимость в предоставлении справочной информации о прохождении ПО по телефону. Технология пересылки ПО с применением радиочастотных идентификаторов представляет собой пример конвергенции современных средств физической доставки с преимуществами высокозащищенных инфокоммуникационных технологий.

Важнейшими особенностями, отличающими подобные инфокоммуникационные системы является необходимость обеспечения их функционирования при сбоях и отказах, а также возможности модульного наращивания по мере увеличения нагрузки. Учитывая важность режимов отказоустойчивого функционирования можно констатировать, что основные узлы системы должны быть реализованы на конструктивных модулях (КМ) обладающих гибкостью, надежностью и живучестью.

Гибкость (структурная и функциональная) КМ связана с его широкими возможностями по динамической и статической реконфигурациям. Надежность и живучесть относятся к числу важнейших свойств КМ:

- Надежность достигается возможностью программной настройки и организации функционирования таких структурных схем, которые в условиях отказа и восстановления элементарных конструктивных модулей (ЭКМ) обеспечивают при реализации параллельных алгоритмов возможность использования фиксированного числа исправных ЭКМ.
- В свою очередь живучесть обеспечивается программной настройкой и организацией функционирования таких структурных схем, которые в условиях отказа и восстановления ЭКМ гарантируют при выполнении параллельных алгоритмов производительность в заданных пределах или возможность использования всех исправных ЭКМ.

Использование упомянутых современных подходов к созданию автоматизированных информационно-технологических систем при организации сопроводительного информационного потока обеспечит заданные требования по управляемости, по уровню защищенности, надежности и живучести. В результате будет реализована сходимости физического потока ПО и сопроводительной информации в центрах обработки.

PRESENT-DAY POST TECHNOLOGIES AS AN ELEMENT OF INFOCOMMUNICATION SPHERE

Lobzov A.

Moscow technical university of communications and informatics
111024, Russian Federation, Moscow, Aviamotornaya st, 8a

Features of informational flow which is used to track material flow of parcels in RFID system were analyzed. Possibility to control this element of infocommunication sphere on the assumption of service quality coefficients was shown.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ УСПЕШНОСТИ В БИЗНЕСЕ НА БАЗЕ ОЦЕНКИ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Магазанник В.Д., Демьяновский В.А.

ВНИИ технической эстетики, Москва

Современная индустрия производства товаров и услуг требует поиска наиболее квалифицированного персонала, разработки на базе ИК-технологий специальных процедур диагностики, способных быстро и максимально точно определить пригодность человека к той или иной деятельности. Более того, необходимо также обеспечить долгосрочные прогнозы по поводу будущих профессиональных успехов работников, которые помогут минимизировать потери на дополнительное обучение и переподготовку. Существует целый ряд методов, позволяющих оценить соответствие кандидата требованиям определенной должности. Среди этих методов важное место занимает измерение уровня интеллекта (коэффициента интеллектуальности – IQ). Такое измерение может производиться с помощью компьютерной методики, что позволяет её широкое внедрение в ИК-менеджмент. Однако обширный опыт использования данного показателя показал его явно недостаточную прогностическую способность. Слишком многочисленны случаи, когда очень успешные в бизнесе люди, в том числе обладающие гигантскими состояниями, вовсе не являются, мягко говоря, интеллектуальными гигантами.

Все это заставило искать более адекватные показатели. Выявлено, что показатель IQ отражает уровень только когнитивного интеллекта, т.е. способности к обобщению, сопоставлению, абстрагированию и т.д. Наряду с ним важнейшее значение в управлении людьми имеет так наз. **эмоциональный интеллект (EI – emotional Intellect)**. Эмоциональный интеллект отражает социальные навыки взаимодействия с людьми, управление эмоциями во взаимоотношениях, способность убеждать и вести за собой других. Это эмпатия – знание того, что чувствуют люди вокруг тебя.

Кроме того, важнейшими для управления людьми являются гуманитарные способности, т.е. способности к пониманию, рефлексии, к диалогу. Показатели IQ и EI, т. обр., могут быть эффективно дополнены элементами гуманитарной диагностики, активизирующими различные слои формального мышления (семиотического и семантического в том числе). Это показатель был назван HQ (humanitarian intellect). Отношение между когнитивным и гуманитарным интеллектом продемонстрировано в таблице.

Когнитивный интеллект	Гуманитарный интеллект
Логически-аналитические инструменты	Рефлексивные, герменевтические, семиотические и семантические инструменты, а также инструменты диалога. Способности диалога.

Все три аспекта интеллекта – когнитивный, гуманитарный и эмоциональный описываются разными авторами и оцениваются изолированно друг от друга. Это привело к постановке основной задачи нашей работы – объединению всех трех показателей в единый интегральный показатель интеллектуального потенциала и его апробация на практике.

С этой целью все три показателя объединяются в векторное пространство с соответствующей градацией коэффициентов. Если, скажем, число градаций – 5 для каждого вида интеллекта, то векторное пространство делится на $5*5*5 = 125$ зон. Естественная динамика интеллекта во времени измеряется с помощью *интеллектуального градиента* IG. Важно следить и управлять интеллектуальными градиентами специалистов организации, т.к. при его отрицательном значении происходит деградация по определенным показателям, что, в конечном счете, скажется на качестве выполняемых работ. Но важно знать и о положительном значении IG и всевозможно мотивировать работников к этому.

Оценить IG довольно просто – нужно взять векторные пространства интеллекта за два периода, например за сентябрь и ноябрь, и сравнить перемещение точки А (А-А1).

Разработанный подход к объединению показателей интеллекта позволяет оценивать интеллектуальный потенциал не только отдельных людей, но и подразделения в целом. Для этого необходимо знать векторы и объемы интеллектуального потенциала каждого работника подразделения. Затем в едином векторном пространстве строятся векторы и объемы этих работников. Вычисляются координаты конца вектора, объем интеллектуального потенциала каждого работника, а объем интеллектуального потенциала подразделения представляет логическое сложение объемов каждого работника. Таким образом, можно рассчитать и построить векторы и объемы интеллектуального пространства для подразделения с любым количеством персонала, а, объединив подразделения, можно рассчитать вектор и объем интеллектуального потенциала для предприятия в целом.

Отметим, что расчет вектора и объема интеллектуального потенциала не представляет сложности для подразделения из 2-4 человек. Однако с увеличением количества работников становится все труднее оценивать интеллектуальный потенциал вручную, поэтому для получения удобного средства расчета целесообразно в будущем разработать соответствующую программу.



СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ МОДЕЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И ОБЪЕКТОВ В ИНФОКОММУНИКАЦИОННОЙ СРЕДЕ

Салютина Т.Ю.

МТУСИ, каф. «Экономика связи»

В настоящее время процесс принятия решений в экономике инфокоммуникаций опирается на достаточно широкий круг экономико-математических методов с привлечением эвристических (интуитивных) методов моделирования. Ни одно более или менее серьезное решение, затрагивающее управление деятельностью предприятий, распределение ресурсов, выбор наилучшего варианта развития, изучение рыночной конъюнктуры, прогнозирование, планирование и т.д., не осуществляется без предварительного моделирования конкретного процесса или его частей, которые как правило носят сложный характер.

Современная практика экономико-математического моделирования предполагает применение системного подхода (вначале системного анализа объекта, а затем – системного синтеза модели).

Разработка экономико-математических моделей представляет собой сложный процесс, состоящий из нескольких этапов: постановки задачи, ее формализации, выбора методов моделирования, построения модели, процесса моделирования анализа полученного решения и уточнения модели, внедрения модели в практику.

Главной целью экономико-статистического моделирования является разработка адекватной модели развития экономического объекта или процесса, обладающей качественными прогнозными свойствами.

Учитывая специфику и особенности инфокоммуникационной сферы в ней система экономико-математического моделирования основана на использовании гибридных и комбинированных моделей.

Кроме того, характерной чертой современного экономического моделирования является использование наиболее доступных (простых) методов построения моделей и включение в математическую модель максимального числа трудно определяемых и случайных компонентов, так называемых методов управляемого прогноза.

Модель управляемого прогноза позволяет воздействовать на экономические процессы посредством управления компонентами моделирования. Появление таких моделей обусловлено ускорением темпов экономического развития как мирового и национального обществ, так и отдельных экономических объектов и процессов, в частности телекоммуникаций и рынка услуг связи.

MODERN LINES OF MODELLING OF ECONOMIC PROCESSES AND OBJECTS IN INFO-COMMUNICATION ENVIRONMENT

Saljutina T.

In this report are considered modern tendencies of modelling of economic processes and objects in the information communication environment.



КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И ЕГО МЕСТО В ОБЩЕЙ СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ

Орлова Т.М.

Российская академия государственной службы при Президенте РФ
кафедра общего и специального менеджмента

В процессе специализации управленческого труда коммуникация, как процесс обмена информацией, знаниями, интеллектуальной собственностью, выделилась в относительно самостоятельный вид деятельности. Управление этой деятельностью и есть суть коммуникационного менеджмента [1, 2], который в последнее время занимает ключевые позиции в маркетинге, управлении персоналом, политическом и социальном инжиниринге, международных отношениях. Дело в том, что в последние годы, связанные с рыночными преобразованиями в России, все больше ценится умение организации достигать взаимопонимания и сотрудничества с контактными аудиториями, в составе которых живет, трудится, сотрудничает и конфликтует ее общественность. Поэтому практически нет организаций, у которых не было бы коммуникационных проблем и необходимости в их профессиональном разрешении. Коммуникационные проблемы напрямую связаны с коммуникационными потребностями организации. К ним могут быть отнесены как *потребности в информации* (новых сведениях, уменьшающих неопределенность знаний относительно какого-либо объекта), так и *собственные коммуникационные потребности*, то есть потребности в общении или сплочении вокруг организации ее общественности (в том числе внутренней), а также *потребность в эффективной обратной связи*.

Все вышесказанное только подтверждает вывод: коммуникацией надо управлять. Таким образом, становится востребованным коммуникационный менеджмент, который нами трактуется следующим образом:

Коммуникационный менеджмент – это самостоятельный вид специального менеджмента, осуществляющий познание и использование закономерностей обмена информацией, знаниями и интеллектуальной собственностью в процессе формирования и развития экономических систем.

Коммуникационный менеджмент – это взаимодействие и взаимосвязь во времени и пространстве элементов, которые формируют и эффективно используют все виды капитала экономических систем.

Коммуникационный менеджмент – это такая система управления, которая посредством интегрированной коммуникации с целевыми аудиториями способствует достижению максимальной эффективности по всем направлениям развития организации в условиях изменяющейся внешней среды.

Как часть инфраструктуры рыночной экономики коммуникационный менеджмент способствует созданию дополнительной добавленной стоимости, выступает источником конкурентного преимущества и повышает эффективность управления экономических систем за счет:

- направленности на достижение мировых показателей развития воспроизводственного процесса;
- формирования менталитета рыночных агентов;
- стимулирования процесса потребления;
- ограничения произвола рынка.

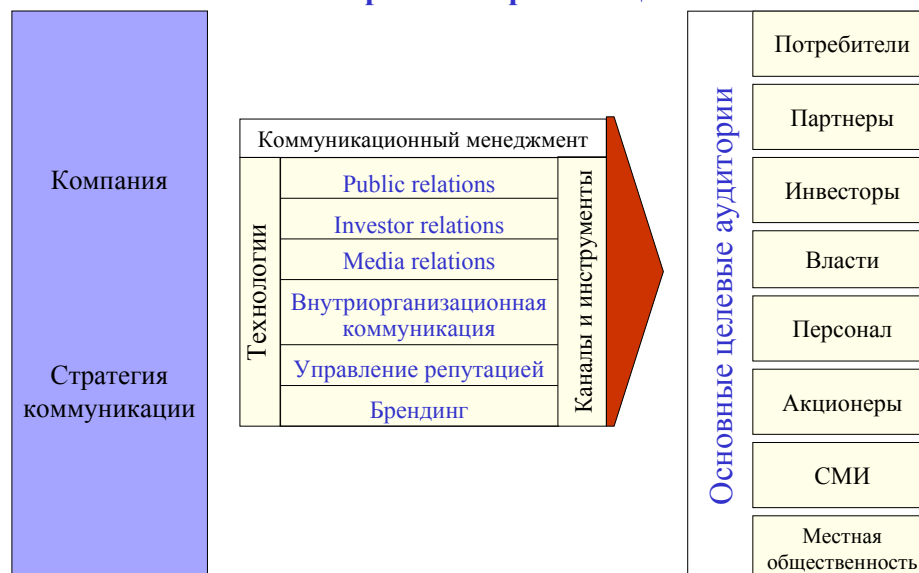
Исходя из этого представления, попробуем определить сферу коммуникационного менеджмента в управлении коммерческой организацией. Под сферой коммуникационного менеджмента предлагается рассматривать совокупность видов коммуникационной деятельности, связанных с формированием, использованием и приростом всех видов капитала экономической системы. Сфера коммуникационного менеджмента – это наиболее общее понятие, позволяющее описать существование этого феномена в системе управления. В сферу коммуникационного менеджмента (см. схему) включается не только собственно технологии и инструменты, но и сопряженные с ним виды деятельности по производству публичного капитала, формирующие и корректирующие стратегию коммуникационного менеджмента.

К слову, о его стратегии, миссии, цели.

Стратегия коммуникационного менеджмента – это долгосрочная программа достижения основных коммуникативных целей организации в рамках ее стратегического управления.

Миссия же коммуникационного менеджмента заключается в формировании и реализации стратегии приращения ценности человека и организации как субъекта хозяйствования через увеличение всех видов капитала экономической системы.

Сфера коммуникационного менеджмента в коммерческой организации



Цели коммуникационного менеджмента – повышение эффективности экономической системы, формирование и использование всех видов ее капитала путем организации коммуникативного пространства – формируют следующие задачи:

- отбор и аккумуляция информации из внешних по отношению к данной экономической системе источников;
- классификация, трансформация, обеспечение доступности информации;
- распространение и обмен информацией как внутри системы, так и во вне ее;
- поиск эффективных способов, инструментов и механизмов интегрированной коммуникации;
- воплощение фирменной коммуникации в продуктах, услугах, документах, базах данных и программном обеспечении;
- создание, оценка и использование нематериальных активов.

В контексте вышеозначенных понятий можно вывести формулу коммуникационного менеджмента:

Результат деятельности организации = Что вы делаете x Что вы говорите,

то есть для организации важно не только то, **ЧТО** она производит, но и то, **КАК** она строит свои отношения с клиентами и с персоналом, как она осуществляет коммуникацию. Неслучайно в этой формуле стоит знак умножения. Это означает, что если организация сделала что-то полезное и важное, но и при этом не наладила систему коммуникации, то результат будет близок к нулю. Верно и обратное: результат также будет нулевым при эффективной коммуникации, но незначительных результатах в сфере производства и услуг.

Этот вывод нетрудно проиллюстрировать примерами из практики современного государственного управления. Так, отрицательное отношение общественности к реформе социальной сферы (впрочем, как и ко многим другим инициативам власти) во многом сложилось из-за неграмотного использования властями коммуникативного ресурса. PR-кампания в поддержку монетаризации льгот явно провалилась и только усилила противоречия в обществе, спровоцировала протестные настроения. В структуре государственного управления до сих пор не созданы координационные механизмы, призванные инициировать и регулировать обсуждение готовящихся решений, в том числе с точки зрения целесообразности их информационного сопровождения уже на самой ранней стадии реализации национального проекта.

Таким образом, коммуникационный менеджмент может и должен занять свое место в национальной инновационной системе, представляющей собой сеть структур для использования растущего запаса глобального знания, его ассимиляции и адаптации к местным нуждам, а также создания новых знаний и технологий.

Не переоценивая значение в бизнесе public relations, заметим, что эта технология коммуникационного менеджмента в максимальной степени способствовала бы положительному восприятию такого нового явления, как экономика, основанная на знаниях. Для этого public relations располагает и необходимыми средствами труда (в частности, связями со СМИ, активными методами обучения, навыками формирования корпоративной культуры) и необходимыми предметами труда (разного рода акциями, рекомендациями, отчетами, которые становятся достоянием общественности). В наличии и такой элемент любой технологии, как живой труд, представленный армией PR-консультантов и рекламистов, а также персоналом той организации, которая заинтересована в продвижении образования. Иными словами, предлагается рассматривать PR в качестве институционального инструмента, профессионально передающего (внедряющего) знания в экономику и, таким образом, формирующего экономику, основанную на знаниях.

Литература

1. Орлова Т.М. Коммуникационный менеджмент в управлении экономическими системами. – М.: Изд-во РАГС, 2002.
2. Интеллектуальный капитал – стратегический потенциал организации: Учебное пособие. Под ред. д.э.н. проф. Гапоненко А.Л., д.э.н. Орловой Т.М. – М.: Издательский Дом «Социальные отношения», 2003.

COMMUNICATION MANAGEMENT AND ITS PLACE IN GENERAL CONTROL SYSTEM

Orlova T.

In the report it is informed such independent kind of special management as communication management, its role and a place in the general control system are considered.



КОММУНИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ ИННОВАЦИОННОМ ПРОЦЕССЕ

Павлов А.В.

Российская академия государственной службы при Президенте РФ
кафедра общего и специального менеджмента

Цель данной статьи – выделить и кратко охарактеризовать роль коммуникационного менеджмента в инновационной деятельности фирмы, подчеркивая его принципиальное отличие от технологий информационного менеджмента. Прежде чем приступить к анализу данной проблемы, необходимо дать определение таким понятиям, как «инновация», «инновационный процесс» и «инновационная деятельность».

Инновация – это прибыльное использование новшества¹ в виде новых технологий, видов продукции и услуг, организационно-технических и социально-экономических решений производственного, финансового, коммерческого или иного характера (Морозов).

Инновационный процесс – это совокупность научно-технических, технологических и организационных изменений, происходящих в процессе реализации инноваций (Медынский).

Инновационная деятельность (для наших целей) – это разработка и внедрение новой продукции (услуг) технологии (Морозов).

Развитие научных исследований в области инноваций и инновационной деятельности фирмы прошло ряд определенных этапов, постепенно усложняя и вводя новые элементы в первоначальную линейную модель. Вслед за Роем Росвеллом, автором статьи «Изменение характера инновационного процесса», В.Г. Медынский выделяет пять основных моделей инновационного процесса. Первая модель – линейная – подчеркивает роль НИОКР как основного двигателя инноваций и уделяет минимальное внимание потребностям и особенностям рынка. Вторая модель, оформившаяся в конце 1960-х – начале 1970-х гг., использует логику линейной модели, но смещает акцент на рыночную динамику, утверждая, что НИОКР реагируют именно на потребности рынка. В начале 1970-х – середине 1980-х появляется модель третьего поколения – сопряженная модель. В ней особенное значение придается не отдельным компонентам инновационного процесса, а динамике их взаимодействия. Эту мысль развивает модель четвертого поколения, включающая одновременную параллельную деятельность нескольких групп, работающих над разными аспектами одной проблемы. В силу нелинейности, децентрализованности такой модели управление информацией в осуществлении инновационной деятельности становится все более актуальным. Наконец, пятая модель – это модель стратегических сетей, направленная на установление, поддержание и управление стратегических связей с самыми разнообразными целевыми группами. Для управления информационными потоками в таких сетях применяются современные информационные системы (Медынский).

Современные зарубежные исследования утверждают, что основа информационного подхода к исследованию инновационной деятельности лежит в самой природе последней. Инновация по своему определению ориентирована на экономический результат. Информация же является особым экономическим ресурсом, занимающим доминирующее положение в современной бизнессреде. Следовательно, для создания эффективных инноваций необходимо понимать роль и функции информации в инновационном процессе.

На основе вышесказанного становится очевидно, что современная инновационная деятельность самым непосредственным образом включает в себя элементы управления информационным обменом между различными целевыми группами или, проще говоря, элементы коммуникационного менеджмента. Современный инновационный процесс больше не определяется исключительно возможностями НИОКР, он формируется многосторонними информационными потоками, управляемыми в стратегических целях организации. Он включает в себя такие элементы, как: информация, полученная от потребителей; информация, необходимая для соответствующих организационных изменений; маркетинговая информация; информация, приобретенная в процессе осуществления инновационной деятельности и другие (Mandeville). Если с решением тактических задач справляются технологии управления информацией, то для осуществления эффективного стратегического управления инновационным процессом необходим коммуникационный менеджмент.

Результаты современных исследований, посвященных применению методов управления информацией в исследовании инновационной деятельности, сходятся на том, что правильное управление информационными потоками на различных этапах инновационного процесса должно приводить к уменьшению степени неопределенности относительно сущности, формы и возможного коммерческого успеха инновации. Американский журнал, посвященный инновационному менеджменту в товарном секторе (“Journal of Product Innovation Management”), утверждает, что успех инновации зависит от степени снижения упомянутого уровня неопределенности двумя службами – научно-технической и маркетинга, а также качеством взаимодействия между ними. Движение информации между этими службами стимулирует этот процесс, так как каждая из них корректирует или дополняет информацию на основе собственных данных (Moenaert).

Более поздние исследования, посвященные инновационной деятельности в сфере услуг, определяют ту же закономерность. Однако они несколько расширяют масштаб, описывая внутриорганизационный обмен

¹ Под новшеством здесь понимается любая новая идея, связанная с повышением качества продукта, улучшением технологии его производства, оптимизацией маркетинговой политики, повышением уровня сервиса, выходом на новые рынки сбыта.

информации как имеющий место между областью производства (в том числе услуги) и областью контакта с потребителем. Таким образом, *коммуникация в инновационном процессе становится фактором, «выравнивающим» все функции организации для достижения конечной цели инновационного процесса.* Так как в силу своей специфики услуги соединяют в себе процессы производства и продажи, такое «выравнивание» становится особенно важным. Авторы исследования утверждают, что в сфере услуг «...эффективная коммуникация в [инновационном] проекте представляет собой степень снижения уровня неопределенности» (Lievens).

Сказанное выше, хотя и играет значительную роль в эффективности инновационного процесса, не решает стратегической проблемы. Другими словами, оно не объясняет, каким образом конечный продукт инновационного процесса «вписывается» в общую стратегию фирмы. Для решения этой проблемы необходим коммуникационный менеджмент. Как дисциплина специального менеджмента, коммуникационный менеджмент является системой управления, которая «...посредством интегрированной коммуникации с целевыми аудиториями способствует достижению максимальной эффективности по всем направлениям развития организации в условиях изменяющейся внешней среды» (Орлова). Согласно такому определению коммуникационный менеджмент обладает необходимым инструментарием для решения стратегической задачи. Другими словами, помимо использования технологий информационного менеджмента для уменьшения неопределенности, окружающей инновационный процесс, коммуникационный менеджмент способен систематическим образом организовать потоки информации со всеми соответствующими целевыми группами для достижения стратегической цели.

Хорошей иллюстрацией этому послужит пример организации стратегической коммуникации, недавно предложенный в авторитетном MIT Sloan Management Review. Авторы исследования утверждают, что коммуникационная модель, в любом случае опирающаяся на функциональные возможности технологий управления информацией, должна строиться в соответствии со стоящей перед компанией стратегической задачей. Они предлагают три основные модели организации стратегического «брокера знаний», являющегося посредником между компанией и ее целевой аудиторией. Для тестирования концепции инновационного продукта или его начального варианта компания создает посредника (чаще всего в сети Интернет), связывающего большое число отдельных людей, тем самым симулируя обширный тестовый рынок. Для генерации и отбора идей для инновационных товаров и услуг компания создает или использует посредника, формирующего Интернет-общество по интересам. Огромной информацией об интересах и склонностях целевого рыночного сегмента обладают такие компании, как iVillage (женское общество) или Edmunds.com (автолюбители). Третьим типом посредника является компания (также в сети Интернет), связывающая потенциальных производителей и потребителей инновационных решений. Самым известным «брокером знаний» в этой категории является компания InnoCentive, принадлежащая фармацевтическому гиганту Эли Лилли. Она является рынком для специфических решений специфических проблем, и, таким образом, ускоряет фазу научного открытия в инновационном процессе (Sawhney). Как и приведенные выше примеры, каждая из предложенных моделей рассматривает проблему неопределенности инновации, но в данном случае все они опираются на функциональный аппарат коммуникационного менеджмента, решая определенную стратегическую задачу.

Таким образом, можно выделить роль коммуникационного менеджмента в инновационной деятельности фирмы. Управление информацией является неотъемлемой частью современной модели информационного процесса. Однако сами по себе технологии информационного менеджмента решают лишь тактические задачи, повышая внутреннюю эффективность инновационного процесса. Для решения стратегических задач, то есть для органичного управления инновационной деятельностью в рамках общей стратегии фирмы, необходим коммуникационный менеджмент, который наиболее полноценно осуществляет управление взаимосвязями организации с ее внутренними и внешними целевыми группами.

Литература

- Медынский В.Г. Инновационный менеджмент. Учебник. М.: Инфра-М, 2004.
- Морозов Ю.П., Гаврилов А.И., Городнов А.Г. Инновационный менеджмент. 2-е изд. М.: Юнити, 2003.
- Орлова Т. М. Коммуникационный менеджмент в управлении экономическими системами. М.: РАГС 2002.
- Lievens A., Moenaert R.K. Communication flows during financial service innovation.//The International Journal of Bank Marketing. Bradford: 2001.Vol.19, Iss. 2; pg. 68.
- Thomas Mandeville. An information economics perspective on innovation // International Journal of Social Economics. Bradford: 1998.Vol.25, Iss. 2/3/4; pg. 357.
- Moenaert, Rudy K., Souder, William E. An Information Transfer Model for Integrating Marketing and R&D Personnel in New Product Development Projects // The Journal of Product Innovation Management. New York: Jun 1990.Vol.7, Iss. 2; pg. 91.
- Sawhney, M., Prendelli E., Verona G. The power of Innomediation // MIT Sloan Management Review. W 2003, vol. 44, no. 2.

THE COMMUNICATIONS IN MODERN INNOVATIONAL PROCESS

Pavlov A.

It is devoted to a role of communications in modern innovational process for the decision of strategic problems of the companies.

ИНФОКОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И РЕСУРСЫ В КОНЦЕПЦИЯХ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ

¹Мартынов Л.М., ²Соколов Д.В.,

¹МГТУ им. Н.Э.Баумана
²СпбГУЭФ

Информация - важнейший ресурс социально-экономического развития хозяйственных систем на разных уровнях управления. При этом процесс информатизации - системный процесс овладения информацией и знаниями как важнейшими составляющими инфокоммуникационного (инфокомного) ресурса управления и регулирования, - выступает основой развития современной экономической и социокультурной жизни человека, формирования постиндустриальной цивилизации – «информационного общества». При этом все более приоритетным становится ресурс знаний, так как ими определяется ценность других составляющих инфокомного ресурса: идей, концепций, компетенций, интеллектуальной собственности, схем их коммерциализации, коммуникационных схем и путей их оптимизации, результативность умственного труда, других видов интеллектуального ресурса.

Уровень информационно-коммуникационного развития общества, уровень развития инфокоммуникационной среды (ИКС) сегодня превращается в показатель научно-технического прогресса, наиболее адекватно характеризующий социально-экономический уровень, достигнутый обществом. Вступление в информационное общество сопровождается построением инфокомных систем и сетей – банковских, кредитных, налоговых, страховых, а также подобных глобальных систем органов власти, средств массовой информации. Такое общество отличается от общества, в котором доминируют традиционные промышленность и сфера услуг, тем, что информация, знания, другие составляющие инфокомного ресурса, инфокомные услуги и все отрасли, связанные с их производством и распространением (телекоммуникационная, компьютерная, информационная секторы с соответствующим программным обеспечением) становятся доминирующими в экономическом развитии, растут более быстрыми темпами, чем экономика в целом, являются источником новых рабочих мест. Информация и знания являются не только ресурсом, но и весьма ценным товаром, использование которого обеспечивает решение многих проблем любого участника рыночных отношений. Этот ресурс является определяющим в управлении, в менеджменте.

К условиям перехода к информационному обществу, прежде всего, следует отнести радикальное совершенствование "технологического базиса" - технических, программных и лингвистических средств современной ИКС, через которую пользователи включаются в информационно-коммуникационные процессы и на которые можно опираться в создании новейших инфокомных систем, сетей, средств и технологий. К условиям и одновременно следствиям перехода к информационному обществу также следует отнести:

- осознанную в обществе необходимость повышения уровней образования, квалификации и информационной культуры, т.е. знание свойств информации и методов ее обработки, особенностей ее интерпретации в знание, учет специфики когнитивных структур общего знания субъекта;
- построение системы глобальной коммуникации для обеспечения доступа к информационным ресурсам, знаниям и сведениям, накопленным человечеством и необходимым для его жизнедеятельности;
- формирование, функционирование и развитие специфического макросектора – рынка инфокомных продуктов и услуг, включающего производство информационных, телекоммуникационных и компьютерных услуг и оборудования, программного обеспечения, информационных, компьютерных и телекоммуникационных технологий и другие условия и следствия.

Содержание и следствия этих процессов приводят к выводу о необходимости отказаться от представления только об информационном производстве как о производстве услуг или продуктов потребления: не менее важным становится производство и воспроизводство знания, создание условий для обмена ими между людьми. Формирование, развитие и поддержание современной ИКС становятся неотъемлемой частью материального производства, обеспечивающей необходимый уровень управления и совершенствования труда. Это формирует отвечающую уровню развития производительных сил структуру социально-экономических, хозяйственных отношений, так как последние все в большей степени могут осуществляться

лишь через такую «интеллектуально-технологическую среду» как ИКС. Именно в ней происходит становление новой «интеллектуальной экономики», в которой все более значительное место занимают инновации, созданные на инфокомной основе. Как известно, - «экономика эффективна, если эффективно управление этой экономикой». Рассматриваемая новая экономика требует соответствующего управления, адекватного менеджмента применительно к условиям современной формирующейся и бурно развивающейся ИКС.

INFORMATION TECHNOLOGIES AND RESOURCES IN CONCEPTS OF NEW ECONOMY

Martynov L., Sokolov D.

The role of info-communication technologies and resources in becoming new economy is considered.

